

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Analisis Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran On Clinic dalam meraih pasien, penelitian ini dilakukan tidak lain untuk mendeskripsikan implementasi strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh perusahaan *On Clinic* dalam meraih pasien, dimana saat ini klinik kesehatan menjadi salah satu bisnis yang cukup berkembang di Indonesia. Untuk itu diperlukan suatu strategi agar perusahaan dapat terus berkembang dan mampu menghadapi para pesaingnya dengan memberikan pelayanan yang semaksimal mungkin, obyek penelitian dari peneliti adalah On Clinic Indonesia. Usaha klinik ini memiliki keunggulan dibanding klinik lainnya, dengan strategi pemasaran yang baik serta menjunjung konsistensi/profesionalisme, sehingga para konsumen/pasien merasa nyaman. Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif, dengan jenis penelitian kualitatif, kajian dalam penelitian ini adalah program-program yang sudah dirancang dan dilaksanakan oleh On Clinic Indonesia (OCI). Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan didukung dengan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen perusahaan On Clinic mengembangkan strategi komunikasi pemasaran dengan menggunakan beberapa elemen yang ada dalam *promotion mix* yaitu *advertising*, *personal selling*, *sales promotion*, *public relations* dan *direct marketing*. Dalam periklanan, On Clinic melakukan aktivitas periklanan melalui beberapa media, diantaranya iklan melalui media televisi, iklan melalui media internet, iklan melalui media majalah dan iklan melalui media brosur. Aktivitas *personal selling* nampak terlihat pada sesi konsultasi yang biasanya dilakukan di kantor On Clinic maupun di beberapa event dan kegiatan-kegiatan sosial terkait kesehatan seksualitas. Dalam hal *sales promotion*, manajemen perusahaan melakukan kegiatan promosi On Clinic secara *off air*. Biasanya promosi dilakukan dalam bentuk *sponsorship* pada kegiatan-kegiatan yang melibatkan masyarakat yang menjadi segmen pasar dari On Clinic. Upaya manajemen On Clinic menjalankan fungsi *public relations* (PR) dilakukan dengan membuat suatu unit yang disebut sebagai *customer care*. Dalam menjalankan *direct marketing*, On Clinic memiliki fasilitas *direct sales*, yaitu salah satu fasilitas yang dimiliki On Clinic Indonesia dalam memberikan pelayanan konsultasi yang maksimal kepada pasien melalui telepon. Sehingga komunikasi pemasaran yang dilakukan OCI lebih komunikatif dan cukup efektif, terbukti dari peningkatan jumlah pasien disetiap tahunnya.

ABSTRACT

This research titled Strategic Analysis of Implementation of Marketing Communications On Clinic in reaching patients, the study was conducted is nothing to describe the implementation of marketing communication strategies used by the company On Clinic in reaching the patient, which is currently one of the health clinics into a business that is growing in Indonesia. This requires a strategy for the company to grow and be able to face its competitors by providing the maximum extent possible, the object of the study is On Clinic researchers Indonesia. This clinic businesses have advantages over other clinics, with a good marketing strategy and uphold consistency / professionalism, so that the consumer / patient feel comfortable. The research method used is descriptive, with the type of qualitative research studies in this research are the programs that have been designed and implemented by On Clinic Indonesia (OCI). Data was collected through interviews, observations and supported by the literature. Results showed that the management company On Clinic to develop marketing communications strategies using some of the elements that exist in the promotion mix are advertising, personal selling, sales promotion, public relations and direct marketing. In advertising, On Clinic conduct advertising activities through multiple media, including advertising through television media, advertising through internet, magazines and advertising through media advertising through media brochure. Personal selling activity seen in apparent consultation sessions are usually done in the office of On Clinic and at several events and social activities related to sexual health. In terms of sales promotion, management companies conduct promotional activities Clinic On the water off. Usually in the form of sponsorship promotions on activities involving the community market segment of On Clinic. Management Efforts On Clinic perform the functions of public relations (PR) is done by creating a unit called the customer care. In carrying out direct marketing, On Clinic has a direct sales facility, which is one of the facilities owned by On Clinic Indonesia in providing consulting services to the patient over the phone maximum. So the marketing communication is done OCI more communicative and quite effective, as evidenced by an increase in the number of patients each year.